

**PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PENGEMBANGAN  
USAHA TAHU ASAP**

**(Studi Kasus: Home Industri desa Tengklik Kab. Karanganyar)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Oleh:**

**Wulandari Probopangesti**

**A210160101**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PENGEMBANGAN  
USAHA TAHU ASAP**

**(Studi Kasus: Home Industry desa Tengkluk Kab. Karanganyar)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh :

**Wulandari Probopangesti**

**A210160101**

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Surakarta, 1 September 2020



**(Drs. Joko Suwandi, S.E, M.Pd)**

**NIDN. 0606085801**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PENGEMBANGAN  
USAHA TAHU ASAP**

**(Studi Kasus: Home Industry desa Tengkluk Kab. Karanganyar)**

**OLEH:**

**WULANDARI PROBOPANGESTI**

**A210160101**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Selasa, 1 September 2020  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan penguji

1. Drs. Joko Suwandi, S.E, M.Pd  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Wafrotur Rohmah, SE, M.  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Tri Nur Wahyudi, M M.  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)  
(.....)  
(.....)

Dekan,



**Prof. Dr. Harun Joko Pravitno, M. Hum.**

**NIP. 196504281993031001**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan di daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan mempertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 September 2020

Yang membuat pernyataan,

  
Wulandari Probopangesti

A210160101

## **Penerapan Business Model Canvas dalam Pengembangan Usaha Tahu Asap**

**(Studi Kasus: Home Industri desa Tengklík Kab. Karanganyar)**

### **Abstrak**

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengembangan usaha Tahu Asap melalui Business Model Canvas dan mengetahui kendala apa saja yang terjadi saat melakukan pengembangan usaha melalui Business Model Canvas. Penelitian Diskripsi Kualitatif ini menggunakan desain etnografi. Dilakukan di Home Industry Tahu Asap Yatmin desa Tengklík Ploso Jumapolo. Narasumber penelitian adalah pemilik Home Industry Tahu Asap, dua orang karyawan dan dua orang konsumen Tahu Asap. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan konfirmasi, membandingkan informasi yang diperoleh melalui informasi lainnya dari informan lain. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif. Hasil penelitian ini adalah menunjukan bahwa Home Industry Tahu Asap Yatmin telah menggunakan pengembangan usaha melalui Business Model Canvas yang telah memiliki 9 building blocks yang terdiri dari customer segment, value propositions, channel, customer relationship, revenue streams, key activities, key partnership, cost structure, dan key resources. Dalam melakukan pengembangan usaha Tahu Asap melalui Business Model Canvas masih terdapat beberapa kendala, yang menjadi kendala utama adalah biaya, waktu dan SDM. Diperlukannya biaya untuk peluasan Key Resources dan perlu memperbanyak SDM untuk melancarkan Key Partnership. Maka dari itu diperlukan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode Model Business Canvas dengan pembahasan yang lebih luas dan mendalam tergantung dari industri yang diteliti.

**Kata kunci :** Business model Canvas, 9 Building blocks, Kendala pengembangan usaha

### **Abstract**

This study aims to determine the business development of Tofu and Smoke through the Business Model Canvas and to find out what obstacles occur when developing a business through the Business Model Canvas. This qualitative descriptive study uses an ethnographic design. Conducted at Home Industry Yatmin Smoked Tofu, Tengklík Ploso Jumapolo Village. The research sources were the owner of Tofu Asap Home Industry, two employees and two Asap Tofu consumers. Data collection was carried out through interviews, observation and documentation. The validity of the data used source triangulation and confirmation, comparing information obtained through other information from other informants. The data analysis technique used interactive analysis. The results of this study indicate that Yatmin's Tofu Home Industry has used business development through the Business Model Canvas which already has 9 building blocks consisting of customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key activities, key partnerships, cost structure. , and key resources. In

developing the Tofu and Asap business through the Business Model Canvas, there are still several obstacles, the main ones being cost, time and human resources. Expansion of Key Resources is required and additional human resources are needed to launch Key Partnership. Therefore, further research is needed using the Business Canvas Model method with a broader and in-depth discussion depending on the industry being studied.

**Keywords:** Smoked tofu , Business model Canvas, 9 Building blocks, Business development constraints

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia bisnis sangat meningkat persaingannya, keadaan ini sangat menimbulkan persaingan antar perusahaan, volume produk yang semakin meningkat, bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini membuat seorang pembisnis harus lebih memperhatikan lingkungan .

Setiap orang dapat memiliki ide yang luar biasa, tapi yang dikenang dalam sejarah adalah orang yang berhasil mewujudkannya. Dalam dunia riset mereka adalah invetor, para penemu yang produknya dipakai oleh masyarakat. Dalam dunia bisnis mereka adalah wirausahawan yang berhasil menjadikan ide sebagai pembisnis besar. Dalam konteks bisnis, yang diperlukan adalah bagaimana cara merubah ide menjadi sebuah bisnis dengan cara cepat dan efisien. Alat yang banyak dipakai untuk mengubah ide menjadi bisnis adalah Model bisnis, sebuah diskriptif tentang bagaimana sebuah perusahaan membuat nilai tambah didunia kerja.

Pembaharuan, yang efektif untuk melakukan ini adalah menggunakan kekuatan (strengths), kelemahan dapat bertahan lama. Perusahaan dapat mengelompokkan pelanggan kedalam segmen yang berbeda kebutuhan umum, perilaku umum, atau atribut lainnya. Sebuah model bisnis dapat menentukan besar atau kecilnya segmen pelanggan. *Business Model Canvas* ini sangat bagus diterapkan pada pengembangan usaha Tahu Asap didesa tengklik, *Home Industry* Tahu Asap Yatmin bergerak pada bidang manufaktur, yaitu home industri yang mengolah kedelai menjadi tahu yang siap jual. Usaha ini memiliki karyawan sebanyak 7 orang yang terbagi dalam bagian *production/operating* dan *marketing*. Untuk bagian *accounting/finance* dan sumber daya manusia dipegang sendiri oleh pemilik usaha, seluruh karyawan dibawah langsung oleh pemilik

Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Dapat dikatakan bahwa sebenarnya sebuah organisasi bisnis membutuhkan sebuah model untuk membantu organisasi tersebut agar dapat menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang berkaitan dengan aktivitas organisasi tersebut.

Model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui Sembilan blok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Sembilan blok bangun dasar tersebut diletakkan pada sebuah susunan yang disebut *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* terbagi menjadi Sembilan blok bagian utama, yaitu: *Customer Segment* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan pelanggan), *Revenue Streams* (Arus pendapatan), *Key Resources* (Sumber daya utama), *Key Activities* (Aktivitas kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan utama) dan *Cost Structure* (Struktur biaya). Kemudian bagian-bagian tersebut masih dibagi menjadi dua sisi yaitu sisi kiri (logika) dan sisi kanan (kreativitas). Disadari atau tidak bahwa banyak perusahaan yang telah menerapkan model bisnis kanvas dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya .

Perkembangan industri tahu saat ini penting karena dengan adanya industri tahu dapat meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, selain itu industri tahu baik untuk dikembangkan karena industri ini berguna untuk memenuhi permintaan masyarakat. Adanya permasalahan dalam pengembangan usaha tahu asap adalah banyaknya persaingan yang membuat produk serupa dan strategi yang diterapkan kurang efektif. Hal tersebut membuat pengusaha untuk melakukan inovasi agar mampu mempertahankan dan mengembangkan produk. Pemasaran adalah merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, pricing, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), maka dari itu penggunaan *Business Model Canvas* menjadi solusi untuk pengembangan usaha tahu asap Di Desa Tengkluk Kabupaten Karanganyar selain menerapkan metode cara berfikir yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan dalam menangkap, merancang dan

memberikan suatu nilai untuk mengembangkan suatu bisnis model baru tanpa menurunkan harga pasar atau persaingan pasar

## **2. METODE**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif mendiskripsikan suatu gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian Mukthar (2013:28). Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan mendiskripsikan, mampu mempertahankan dan mengembangkan penerapan business model canvas dalam pengembangan usaha tahu asap (Studi Kasus: di *Home Industry* desa Tengklik kabupaten Karanganyar). Desain dalam penelitian ini adalah penelitian desain etnografi. Penelitian desain etnografi adalah suatu pengumpulan bahan keterangan atau data yang dilakukan secara sistematis tentang cara hidup serta berbagai aktivitas sosial dan berbagai kebudayaan dari suatu kehidupan dalam masyarakat (Harsono, 2016: 32). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Tengklik, Ploso, Jumapolo kabupaten, Karanganyar, Jawa Tengah, Kode Pos 57712, tempatnya di Home Industry Tahu Asap Yatmin. Teknik analisis data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan data dan verifikasi.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan dengan hasil wawancara dan temuan lain yang ditemukan peneliti selama mengumpulkan data mengenai penerapan *bisniss model canvas* dalam pengembangan usaha tahu asap (studi kasus: Home Industri desa Tengklik Kab. Karanganyar), dilakukan pembahasan sebagai berikut: Pendekatan model bisnis merupakan salah satu faktor kritis untuk satu organisasi. Pendekatan model bisnis harus inovasi agar organisasi mampu bertahan ditengah cepatnya perubahan lingkungan bisnis. Model bisnis yang dijalankan mampu memahami, menjelaskan dan memprediksi apa saja yang sebaiknya dilakukan agar menghasilkan keuntungan bagi perusahaan tahu asap.



Peneliti ini mampu menganalisis model bisnis yang selama ini dijalankan oleh Usaha tahu asap pak Yatmin dan bu Surani sudah menggunakan *Business Model Canvas*. Model bisnis ini mencakup Sembilan building blocks (elemen) yang terdiri dari, *Customer Segment*, *Value Propositions*, *Channel*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure*, Dan *Key Resources*. Penerapan business model canvas dalam pengembangan usaha tahu menunjukkan *Value Proposition* dalam usahanya memiliki kualitas produk yang bagus dan terbuat dari bahan-bahan yang sehat tanpa bahan pengawet serta pengusaha mampu memiliki *Customer Relationships* hubungan antar pelanggan dengan baik sehingga banyak pelanggan yang tidak mencari distributor lainnya. Dalam melakukan penerapan *Business Model Canvas* memiliki kendala pada salah satu 9 *Building Blocks*, yang menjadi kendala utama adalah biaya, waktu dan SDM ( sumber daya manusia ). Diperlukan biaya untuk memperluas *Key Resources* dan perlu memperbanyak SDM untuk melancarkan *Key Partnerships*.

### **3.1 Pembahasan Penelitian**

Perkembangan usaha Tahu Asap dari waktu ke waktu yang semakin pesat saat ini tentu mengalami berbagai permasalahan. Analisis perkembangan usaha melalui *Business Model Canvas* dapat digunakan untuk memaksimalkan perkembangan usaha tahu asap melalui 9 blokcs yang ada dalam *Business Model Canvas*.

### **3.2 Customer Segment ( Segmentasi pelanggan )**

Customer segment yang telah dimiliki oleh industri tahu diantaranya pengepul tahu, masyarakat, tempat makan, Masyarakat sekitar, Pedagang sayur keliling, Keluarga karyawan dan Tetangga karyawan. Customer segment yang ada cukup banyak sehingga dapat dilakukan perluasan customer segment maupun channel dengan beberapa tahap.

### **3.3 Value Propositions**

Industri tahu telah melakukan yang terbaik untuk menghasilkan produk sesuai dengan keinginan customer, diantaranya: memastikan kedelai bersih, alat produksi, membungkus tahu, menjaga kebersihan, memilih bahan baku berkualitas, membatasi jumlah orang yang keluar dan masuk ketika proses produksi. Ini penting untuk membangun kepercayaan customer terhadap produk tahu.

### ***3.4 Channel***

Industri tahu telah memiliki beberapa channel diantaranya Pasar tradisional, Toko oleh-oleh, Tukang sayur keliling, Masyarakat sekitar, IKM, Keluarga Karyawan dan Tukang sayur keliling disekitar rumah karyawan. Namun, untuk membuat produk tahu lebih dikenal membutuhkan lebih banyak channel.

### ***3.5 Customer Relationship***

Mendengarkan kritik dan saran dari customer atau hanya sekedar berbincang dengan customer. Ini merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menjaga customer relationship. Juga dapat mengetahui bagaimana penilaian dan keinginan mereka akan produk tahu.

### ***3.6 Revenue Streams***

Keuntungan yang didapat dari penjualan tahu digunakan untuk membayar SDM, proses produksi, biaya peminjaman karyawan.

### ***3.7 Key Activities***

Dalam melakukan produksi tahu terdapat beberapa kegiatan, berikut kegiatan utama: Membeli kedelai dari petani kedelai sekitar, Pengolahan produk, Penjualan seluruh kegiatan sangat penting untuk dilakukan dalam usaha. Selanjutnya terdapat penjualan, karena tanpa penjualan maka tahu hanya akan dinikmati untuk karyawan maupun pemilik saja. Kegiatan terpenting lainnya adalah produksi tahu, Karena tanpa proses produksi maka bukan termasuk usaha produksi.

### ***3.7 Key Partnership***

Dalam melakukan usaha tentunya tidak sendiri, dalam industri tahu terdapat : Supplier dan Distributor sebagai key partnership. Untuk saat ini industri tahu hanya memiliki supplier. Diperlukan distributor untuk mempermudah proses distribusi.

### ***3.8 Cost Structure***

Terapat beberapa biaya yang dikeluarkan ketika melakukan produksi tahu: Biaya bahan baku, Biaya perawatan alat, Kayu bakar, Listrik, Air, SDM, Biaya untuk pengobatan karyawan, Biaya untuk modal pinjaman karyawan, Biaya tahu cacat produksi dan Biaya rekreasi SDM . Biaya yang telah disebutkan berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan proses produksi tahu.

### ***3.9 Key Resources***

Dalam mendirikan industri tahu terdapat beberapa key resources diantaranya aset fisik berupa tempat produksi, keuangan karena jika ada uang maka dapat mengembangkan industri tahu, Sumber daya manusia karena produksi tidak dapat berjalan tanpa SDM

### ***3.10 Kendala Dalam Pengembangan Usaha Tahu Asap Melalui Business Model Canvas Customer Segment***

Kendala untuk memperluas customer segment diantaranya: Produksi harian yang tidak memungkinkan mass production, Ketahanan produk, dan Biaya, waktu, SDM. Belum bisa memproduksi massal menjadi kendala utama.

### ***3.11 Value propositions***

Kendala untuk mengembangkan value propositions diantaranya: Terdapat perbedaan variable kualitas tahu, Biaya untuk meningkatkan kualitas, Alat produksi yang lebih terbaru. Variable yang banyak dapat membuat bingung dalam menghasilkan produk, namun tetap saja biaya merupakan kendala.

### ***3.12 Channel***

Kendala : Produk pesaing, Biaya untuk promosi, SDM tambahan. Produk pesaing yang menjadi kendala utama, dikarenakan produk pesaing juga memiliki channel yang sama.

### ***3.13 Customer Relationship***

Kendala : Waktu, SDM dan Biaya. Kendala utama adalah waktu untuk melakukan customer relationship tidaklah sedikit.

### ***3.14 Revenue Streams***

Kendala: Biaya, Waktu, Pesaing lain, dan Penambahan SDM. Terdapat banyaknya pesaing yang dapat menghalangi proses penjualan produk menjadi kendala dalam melakukan produksi lebih banyak.

### ***3.15 Key Activities***

Kendala: Petani tidak panen, Proses produksi, Penjualan yang terhambat. 3 Kendala utama yang dapat menghalangi proses produksi maupun pengembangan usaha.

### **3.16 Key Partnership**

Supplier dan Distributor baru atau tambahan agar dapat memenuhi kuantitas yang dibutuhkan. Juga memudahkan melakukan usaha.

### **3.17 Cost Structure**

Biaya langsung yang berhubungan dengan produksi: Biaya bahan baku, Biaya perawatan alat, Kayu bakar, Listrik, Air, SDM. Sedangkan biaya yang tidak berhubungan dengan produksi tahu: biaya pinjaman, rekreasi SDM. Biaya yang akan meningkat jika terjadi peningkatan kuantitas maupun kualitas produksi.

### **3.18 Key resources**

Modal usaha dan Lahan industri merupakan sumber yang penting dalam melakukan pengembangan. Dimana paling mahal. Namun, terdapat key resources lain diantaranya modal usaha untuk memulai maupun mengembangkan usaha. Terdapat juga SDM dan alat produksi tambahan.

## **4. PENUTUP**

Berdasarkan analisis data penelitian Penerapan Business Model Canvas dalam pengembangan usaha Tahu Asap melalui Business Model Canvas (Studi Kasus: Home Industri desa Tengkluk Kab. Karanganyar) dapat disimpulkan sebagai berikut: Penerapan *Business Model Canvas* dalam pengembangan usaha Tahu Asap menunjukkan *Value Proposition* dalam usahanya memiliki kualitas produk yang bagus dan terbuat dari bahan-bahan yang sehat tanpa bahan pengawet serta pengusaha mampu memiliki *Customer Relationships* hubungan antar pelanggan dengan baik sehingga banyak pelanggan yang tidak mencari distributor lainnya masih terdapat beberapa kendala, yang menjadi kendala utama adalah biaya, waktu dan SDM. Diperlukannya biaya untuk peluasan *Key Resources* dan perlu memperbanyak SDM untuk meluncurkan *Key Partnership*. Maka dari itu diperlukan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Azis, Elvira dan Rizky Putra P. 2018. *Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. Manajemen Bisnis dan Informatika.
- Boedianto LP, Harjanti D. 2015. *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. AGORO [internet].

- [diunduh pada 2015 desember 16]; 3(2):292-301. Tersedia pada <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/issue/view/162>
- Harsono. (2019). *Ethnografi Pendidikan Suatu Desain Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Harsono. (2019). *Teknik Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Mudjia Rahardjo. 2011. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. (<http://www.mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view>). diakses pada hari minggu 24 November 2019 pukul 04.07 WIB
- Osterwalder A, Pigneur Y. 2015. *Business Model Generation*. Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Pratama, Dani Aji. (2017). *Perancangan Model Bisnis Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Bisnis Budidaya Burung Puyuh Pada UKM Ikhlas Quail Farm (IQF)*. Skripsi dari Universitas Telkom: Tidak diterbitkan.